

DAFTAR PUSATAKA

- Aisyah, S., Bahfiarti, T., & Febri Sonni, A. (2018). Video Blog Sebagai Media Representasi Diri Vlogger Di Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(1), 74–82.
- Astuti D, Y. (2015). Dari Simulasi Realitas Sosial hingga Hiper-Realitas Visual Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosialmedia Di Cyberspace. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 8(2), 15–26.
- Bahfiarti, T. (2011). Mistifikasi Bissu Dalam Upacara Ritual Adat Etnik Bugis Makassar (Kajian Studi Dramaturgi). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 159–170.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulations*. The University of Michigan Press.
- Baudrillard, J. (2004). *Masyarakat Konsumsi* terj. Wahyunto. Kreasi Wacana.
- Bening, E., Zahra, B. N., Zufar, B. N. F., & Ahmad, P. M. Iah A. (2023). *Bagaimana Media Sosial Menghancurkanmu*. Semut Api.
- Boyer, L., Brunner, B. R., Charles, T., & Coleman, P. (2006). Managing impressions in a virtual environment: Is ethnic diversity a self-presentation strategy for colleges and universities? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(1), 136–154. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00318.x>
- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Creeber, G., & Martin, R. (2008). *Digital Cultures: Understanding New Media*. McGraw-Hill Education (UK).
- Dayakisni, T., & Hudaniah. (2015). *Psikologi Sosial* (Edisi Revisi). UMM Press.
- Dharma, F. A. (2018). The Social Construction of Reality: Peter L. Berger's Thoughts About Social Reality. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.21070/kanal.v%vi%i.3024>
- Fiske, J. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Rajawali Pers.
- Fitrianti, R. (2021). Simulacrum Media Di Era Postmodern (Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan Kecantikan Dove Edisi 'Dove Real Beauty Sketches'). *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 1(2), 92–117. <https://doi.org/10.53363/bureau.v1i2.29>

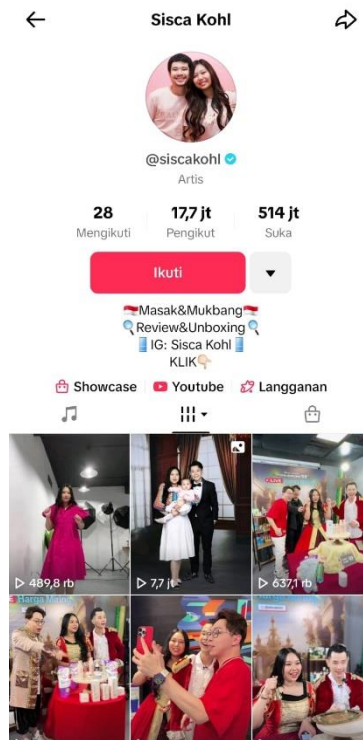
- Flew, T. (2005). *New Media: An Introduction*. Oxford University Press.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday.
- Juliadi, G., Cangara, H., & Bahfiarti, T. (2018). Semiotika Simbol Komunikasi Non Verbal Jamaah An- Nazir Dalam Menyebarluaskan Ideologi Islman Di Kabupaten Gowa. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(1), 150–157.
- Kerpen, D. (2011). *Likable Social Media*. The McGraw Hill companies.
- Marwan, M. R. (2023). Analisis Dampak New Media Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(1), 11–20. <https://doi.org/10.56127/j>
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa* (Edisi 6). Salemba Humanika.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass communication theory* (SEVENTH EDITION). Sage Publication.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Ghalia Indonesia.
- Nadila, S., Fitrya, T. A., Unde, A., & Aziz, S. (2018). Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media Sosial: Studi Mengenai Etnografi Virtual Melalui Vlog. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(1), 83–92.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugrahenny, T. T. (2018). Menyingkap Mekanisme Tanda di Balik Hiperrealitas Tren Hijab (Analisis Semiotika pada Fenomena Tren Hijab). *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v5i1.8317>
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada.
- Pangaribuan, O. C., & Eriyanto. (2019). Hiperrealitas Jokowi Pada Video Opening Ceremony Asian Games 2018. *Wacana*, 18(1), 87–100.
- Piliang, Y. A. (2019). *Semiotika dan Hipersemiotika*. (Edisi 5). Matahari.
- Purnama, H. (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Pasca sarjana Universitas Mercu Buana.
- Putri Maharani, R., Rahmawati, U., & Novitasari, D. (2022). *Hiperrealitas Pengguna Tiktok (Studi Kasus Pada Anak-Anak Di Kabupaten Ogan Komering Ulu)*. 3(1), 1–11. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB>
- Reber, S. A., & Reber, E. S. (2010). *Kamus Psikologi*. Pustaka Pelajar.

- Rozika, L. A., & Ramdhani, N. (2016). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self-Presentation pada Pengguna Instagram. *JOURNAL OF PSYCHOLOGY*, 2(3), 172–183.
- Salsabila, F., Citra, F., Ramadhani, S., Syahriza, N. A., Aisyah, M. N., & Fadhil Algamar, Z. (2023). Kajian Hiperrealitas Visual Meme Santai Dulu Gak Sih? Sebagai Media Ungkapan Ekspresi Perasaan Santai. *Seminar Nasional Desain Dan Media*, 1171–1179.
- Sarup, M. (2008). *Poststrukturalisme & Posmodernisme: Terjemahan Medhy Aginta Hidayat*. Jalasutra.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, III(2), 69–74. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Yudhistira, N. (2020). Social Climber Identity And Memory: Potret Diri Sebagai Objektivitas Hiperrealitas Kehidupan Dan Degradasi Memori. *Jurnal Populika*, 8(1).

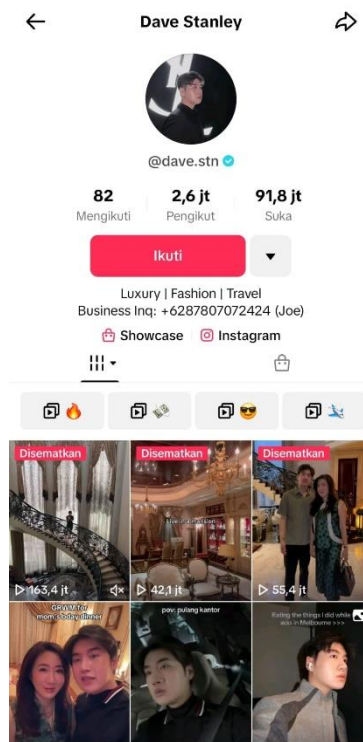
Lampiran

A. Profil Tiktok

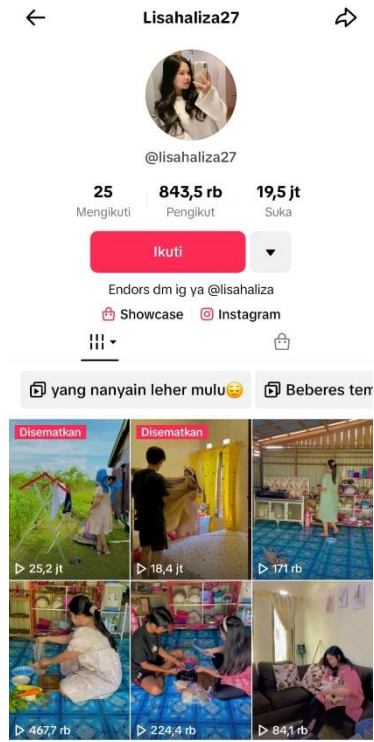
1. Sisca Kohl



2. Dave.Stn



3. Lisahaliza

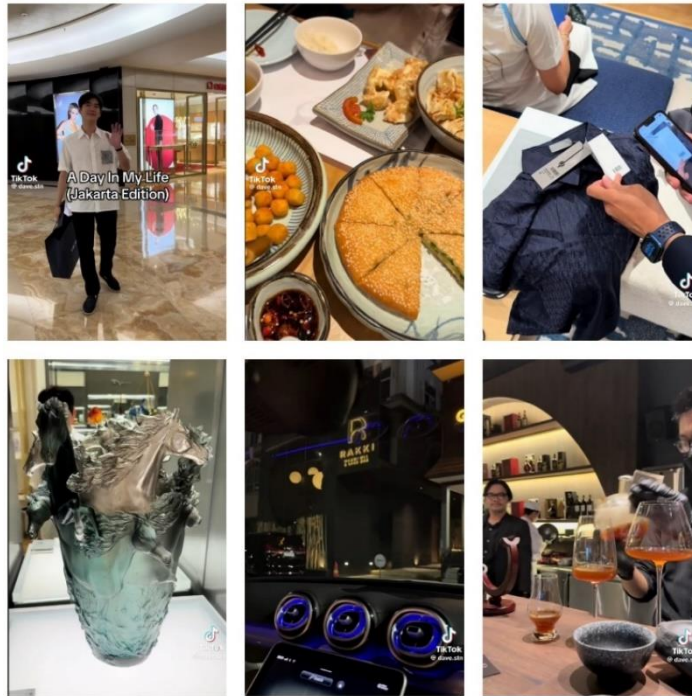


B. Tangkap Layar Konten Tiktok A Day In My Life

1. A Day in My Life Edisi Sisca Kohl Valentine



2. A Day in My Life Dave.Stn Jakarta Edition



3. A Day in My Lisahaliza Kalimantan

